

江苏凤凰少年儿童出版社自1984年建社以来,始终坚持精品出版,不断推出思想性艺术性观赏性俱佳的图书和期刊,以及体现中国精神的“走出去”产品,积极传播向上向善正能量,产品的社会影响力和市场影响力不断提升。从早期的“中华

当代少年小说丛书”、《我要做好孩子》、《草房子》,到新世纪以来的《乌丢丢的奇遇》《芝麻开门》《青铜葵花》,再到近期出版的《因为爸爸》《野蜂飞舞》《十四岁的旅行》,苏少社走过了一条不断自我提升和发展的精品出版之路。



江苏凤凰少年儿童出版社

坚持导向 不断创新 矢志打造精品

1 强化理念 明确思路

苏少社具有打造原创儿童文学精品的渊源和传统。无论是上个世纪80年代集束式推出原创丛书,还是后来的“相约名家”平台推出单本精品,以及本世纪以来的名家精品系列,始终有一个贯通的儿童文学原创产品发展规划,且每年至少推出2~3部在全国范围内有影响的精品之作,逐渐形成特色,也为未来的发展开辟了空间。尤其是近年来,苏少社以原创儿童文学产品为龙头,全面推进精品出版,一批优秀作品受到读者和专家的高度评价,荣获多项国家级大奖,

被业内专家誉为儿童文学出版“原创重镇”。

除了始终坚持导向,把社会效益放在第一位,苏少社还通过一系列的保障机制保证精品生产。如依托原国家新闻出版广电总局以及凤凰集团有关精品图书扶持政策,对重点项目予以各方面的支持和推动;积极争取社会各方资源,对重点产品实施资助;在社内制定社会效益奖励方案,激发各个环节打造精品的积极性。这些,为精品开发创造良好的氛围和环境,也形成精品出版的可持续发展力。具体措施可概括为“五抓”。

一是抓规划,立意高远,对精品生产从思路、举措、产品构架、资源储备、人才建设等各个方面进行全面规划;二是抓产品,对于确定的重点选题和项目,调集精兵强将,从审稿、装帧、编校、印制各个环节全流程精心打造,形成精品出版绿色通道;三是抓储备,对优质资源尤其是儿童文学各类原创重点题材,始终保持良好储备,每年均有精品呈现,逐渐形成体裁丰富、题材多样的产品集群;四是抓人才,注重领军人才和年轻人才的培养,把人力资源建设作为精品生产的动力源泉;五是抓效益,在保证社会效益的前提下,加大营销力度,争取双赢,并不断将这些作品推向海外。

基于以上的“五抓”,苏少社每年都有精品力作闪亮登台,每年都有一批原创精品走向海外。

讲好中国故事、传播好中国声音,向世界展现真实、立体、全面的中国,是出版工作者义不容辞的责任。产品能否走向海外并赢得国际影响,是出版企业核心竞争力的重要体现。苏少社高度重视产品国际化,积极以国际理念引领内容生产,打造具有苏少特色的“国际范”产品,同时开展中外出版交流,努力探索童书出版国际化,优秀作品不断走向海外。

好的内在质量,是产品走向国际的前提条件。名家的优秀作品,更是备受大众关注。长期以来,苏少社开发的一批名家优质产品,在业界形成影响力,并成为苏少社原创精品“走出去”的先锋。正如苏少社社长王泳波在2018博洛尼亚国际童书展《青铜葵花》推广活动中所总结的,越是深度反映中国当代儿童生活情状的优秀作品,越能吸引国外读者。好的故事必然引起人类共鸣,我们要讲述中国故事,发掘人性之美,用感动了千万中国读者的作品去感动世界各国读者。该部作品自2005年出版以来,通过苏少社的海外推广,先后共实现韩国、法国、德国、英国、意大利等16国输出,在国际上形成影响,其中英文版获英国笔会奖和“麦石儿童文学翻译作品奖”,2017年入围美国“科克斯奖”短名单,2017年底,连续入围美国《纽约时报》《华尔街日报》《出版者周刊》三大图书榜年度榜,并获得美国“弗里曼图书奖文学金奖”。

苏少社在引进国外优秀作品的同时,每年都有一批原创图书产品走出国门,在海外生根,并促成更多的图书版权合作项目。另外,期刊及儿童图画书产品“走出去”,也是苏少社产品国际化的另一亮点。苏少社旗下的《东方娃娃》始终保持和国际接轨的态势,产品逐渐得到国际认可,自2000年发行新加坡版和马来西亚版以来,目前已在欧洲、北美、日本、澳大利亚及东南亚各国拥有众多读者。苏少社开发的原创儿童图画书,形成独特品牌,荣获多项大奖,尤其是赢得多个国际奖项,引起国际同行关注,也正在纷纷走向海外。

除了最普遍的“引进—输出”模式外,苏少社还开辟国际组稿、跨国同步出版的国际合作新模式,以进一步拓展出版国际化空间。这种模式不但能够简化中间环节、拓宽合作渠道,还能够从更开放的角度来促进内容生产,传播人类文明。它将会使培育儿童阅读的土壤更加丰沃,也将会为世界儿童呈现更多精彩的阅读产品。“美丽童年”国际儿童小说书系是苏少社近年启动的大型国际组稿、跨国同步出版项目。该项目在国际范围内邀约作者书写童年成长故事,以“童年成长、异域文化、共同主题”为基调,展现各国丰富多彩的文化背景和儿童生活情状,传达积极向上的精神能量。2018年,苏少社收获了该项目的第一项成果——由意大利著名儿童文学作家圭多·斯加尔多利创作的长篇小说《十四岁的旅行》。作品以意大利博洛尼亚等地的风土人情为背景,讲述了两位意大利男孩在波澜迭起的暑期旅行中邂逅各色人等,领略多样人生,从而引发种种关于生命和自我的思考的成长故事。这部由外国作家创作的长篇小说,出版后很快入选中国好书月度榜单。

2 建立机制 落实举措

建社以来,苏少社始终将精品出版视为立社之本。文学、低幼、科普等各类少儿读物,以及少儿期刊的出版,始终坚持如下宗旨:一是弘扬主旋律,注重社会效益;二是关注作品对少年儿童成长的教化意义;三是注重作品文学内涵和审美对少年儿童的熏陶作用。通过这三点原则,对书刊的内在质量进行全面规范。曹文轩的长篇小说《草房子》《青铜葵花》就是其中的杰出代表。这些作品出版后,不仅得到广大读者的欢迎,得到社会各界的赞誉,还得到广大教育工作者的充分肯定。教师们说,这些作品不但给读者带来文学享受,更重要的是教给孩子如何面对苦难,教给孩子如何做人,对培养高尚的道德情操和健康的审美情趣,对少年儿童形成正确的价值观和人生观具有积极作用。《草房子》《青铜葵花》等在全国各地迅速传播,除了其内容优质,各地中小学等教育机构的推荐也是一个重要因素。

纵观苏少社的书刊产品,不难看出有这样一个共同点,就是弘扬主旋律。这是长期坚持社会效益第一,坚持正确舆论导向,坚持正面宣传为主,坚持“四个讴歌”的成果,也是目光放远,立足出版社长期健康发展,坚持一流标准,排除干扰,凝心聚力苦练内功,坚定不移抓产品升级,抓品牌建设的收获。苏少社的精品出版发展到今天,题材更加广泛。新近推出的作家刷刷的成长小说《幸福列车》,描写的是留守儿童在城市寻找父母的一段感人经历;作家小河丁丁的长篇小说《喷嚏王》,讲述的是抗日小英雄的斗争故事;作家黄蓓佳的新作《野蜂飞舞》,展开的是抗战大背景下,一群孩子投身报国的壮丽画面。这些作品出版以来,或入选主题出版重点选题,或入选向全国青少年推荐百种优秀出版物,或入选全国优秀儿童文学出版工程,备受业界关注。

4 注重营销 扩大宣传

苏少社高度重视精品书刊的营销宣传和市场推广。每一部重点产品的推出,均要配套营销方案,从策划、组稿及作者创作阶段就开始制定营销计划。如《因为爸爸》,从与作家韩青辰确定选题时就几方沟通,反复酝酿,概括该部作品的内容亮点和宣传点,实施有计划的推广和宣传。对于重点产品,还通过立体营销方式和开展“人文校园行”等特色活动,将作品推向评论界,推向读者,推向市场,力争形成社会影响力。如2016年下半年出版的《童眸》,经过营销推广,2017年销售即突破20万册。

在坚持社会效益的前提下,通过营销和宣传扩大销售,提高市场份额,力争双效统一,是苏少社的一贯追求。《草房子》出版20多年来,苏少社从未间断过对这个产品的营销和宣传动作。从作品研讨会到现场读书会,从央视《读书时间》栏目到争取各种教育机构推荐,从全国图书订货会到国际图书展会,不放过任何展示的机会。经过多年努力,该



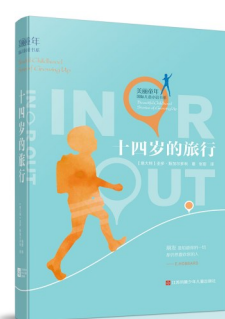
《青铜葵花》



《童眸》



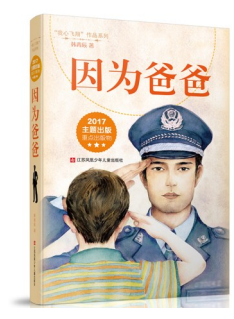
《野蜂飞舞》



《十四岁的旅行》



《胜利大逃亡》



《因为爸爸》



《梦的门》



《青铜葵花》(法文版)

3 建设体系 打造平台

近年来,苏少社聚焦内容、渠道、平台以及作家、编辑等各个方面,提升精品生产力和影响力,努力构建高质量的精品生产体系。主要做法有:

1.深耕名家新作。近年深挖名家新作,拓展题材,丰富体裁,亮点更加突出,社会效益更加显著。如黄蓓佳的长篇小说《童眸》,立意独特、情感细腻,荣获中国出版政府奖、CCTV“中国好书”等多个奖项;刘海栖的《豆子地里的童话》,行文幽默、富有童趣,入选“大众喜爱的50种图书”;王立春的诗歌作品《梦的门》,激情隽永、文采飞扬,荣获第10届全国优秀儿童文学奖,等等。

2.大力培养新人。中青年作家观察社会的视角独到,题材多样,贴近当今儿童的阅读,更具时代感。近几年,苏少社着力中青年作家的培养,发现、扶持小河丁丁、刷刷、韩青辰、孙卫卫、郭姜燕、赵菱等一批新锐作家,为原创出版注入新鲜血液。这些新锐作家的产品一经推出,很快进入当下儿童读物市场的主流,成为读者关注焦点。

3.发掘现实题材。关注现实生活,发掘生活中感人的、鲜活的、对青少年精神成长有益的题材和素材,是苏少社原创精品出版日益注重的出版方向。

近年来,苏少社推出的《一片小树林》《婷婷的树》《向日葵中队》《因为爸爸》等读物,都是反映当下生活、传递正能量的现实题材作品。其中,《因为爸爸》以儿童金果和他的警察父亲为主角,讴歌英雄父亲形象,颂扬无私奉献的公安战线工作者,作品的现实意义和教育意义尤其突出,受到广泛好评。该书入选2017年主题出版重点选题,入选中国出版协会2017中国好书。

4.注重平台建设。在社内建设文学读物出版中心和婴幼儿读物出版中心,进一步统筹儿童读物出版资源,提升出版效率。文学读物出版中心和文学杂志《少年文艺》相互配合,并通过实施书刊互动等一系列举措,催生更好更多的文学精品。另一个重要平台是“曹文轩儿童文学奖”。该奖由江苏省委宣传部和北京大学共同支持,凤凰出版传媒集团、江苏省作家协会和北京大学中文系联合主办。苏少社作为承办方,承担大奖运营的事务性工作,并出版该奖的获奖作品。该奖于2017年4月创立,首届产生的5部“佳作奖”、8篇“少年创作奖”和1部“特别荣誉奖”于2018年上半年出版,其中的《南寨有溪流》《大水》已荣登中国好书月度榜。



《南寨有溪流》



《大水》



《草房子》



《余宝的世界》

书既成为“五个一工程”和国家图书奖“双奖”产品,又成为儿童图书市场的畅销品、常青树,且销量连年攀升。

运用各种方式开展海外宣传,也是苏少社的重点工作。尤其是近年以来,苏少社在法兰克福书展、博洛尼亚书展、北京国际图书博览会等大型国际出版交流平台,或借助凤凰集团的海外平台,在世界各地举办多场主题活动,向国际同行展示产品,广交朋友,拓展业务合作。如2017年10月,苏少社携曹文轩出访美国,在西雅图华盛顿大学举办

的第12届“多萝西·布里利演讲”活动中发表演讲,引起美国出版界的强烈关注。在第55届博洛尼亚书展上,苏少社举办“中国故事,感动世界——《青铜葵花》14国版权输出成果探究论坛”,从创作、出版、翻译、传播等方面对这部作品的内在价值进行深入研究,成为书展的亮点活动。苏少社的国际推广和交流活动引发国内外关注,曾被《人民日报》、新华社、中国国际广播电台等国内重要媒体,美国《出版人周刊》、意大利《晚邮报》《安莎报》及意大利国家电视台等海外媒体多次报道。

“要引导广大文化文艺工作者深入生活、扎根人民,把高质量作为文艺作品的生命线,用心用情用力抒写伟大时代,不断推出讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品力作,书写中华民族新史诗。”习总书记的指示,使我们方向更加明确,干劲更加充足。展望未来路漫漫。苏少社将永远不忘初心,服务读者,以多出优秀作品为中心任务,不断提升内容生产,为社会奉献更好更多的精品佳作。